

Monika Worsowicz*

**Perswazyjnie o warsztacie dziennikarskim
(na przykładzie publikacji w rubryce „Media – warsztat”
miesięcznika „Press”)**

Wprowadzenie

Artykuł jest poświęcony specyficznej grupie tekstów prasowych, którą tworzą wypowiedzi na temat warsztatu dziennikarskiego publikowane w branżowym miesięczniku dla osób zainteresowanych mediami, reklamą i public relations. Grupie specyficznej z kilku względów.

Po pierwsze dlatego, że wyodrębnione teksty zostały opublikowane w piśmie branżowym o silnej pozycji rynkowej i wieloletniej historii (pierwszy numer „Press” ukazał się 15 lutego 1996 roku), które – choć często ostro krytykowane – jest uznawane również za potrzebne środowisku¹. Najwięcej i najtrafniej to przekonanie ujął Jacek Żakowski w wypowiedzi z okazji 15-lecia tytułu: „«Press» stał się ważnym elementem życia środowiskowego, ale nie stał się liderem środowiska, ani jego wyrazicielem”². Stałym kontekstem podobnych sądów są zarzuty stronniczości w ocenach dziennikarzy, skłonności do wyrokowania i pisania pod tezę, zamknięcia w problematyce mediów „głównego nurtu”. Wypowiedzi warsztatowe na łamach magazynu można jednak zaklasyfikować jako wolne od takich wad.

Po drugie, omawiane publikacje odnoszą się do szeroko rozumianego warsztatu dziennikarza, a ich autorami niemal w każdym przypadku są doświadczeni specjaliści. Środowisko ma zatem okazję przyjrzeć się własnym wzorom, skonfrontować doświadczenia, a także ocenić przykłady.

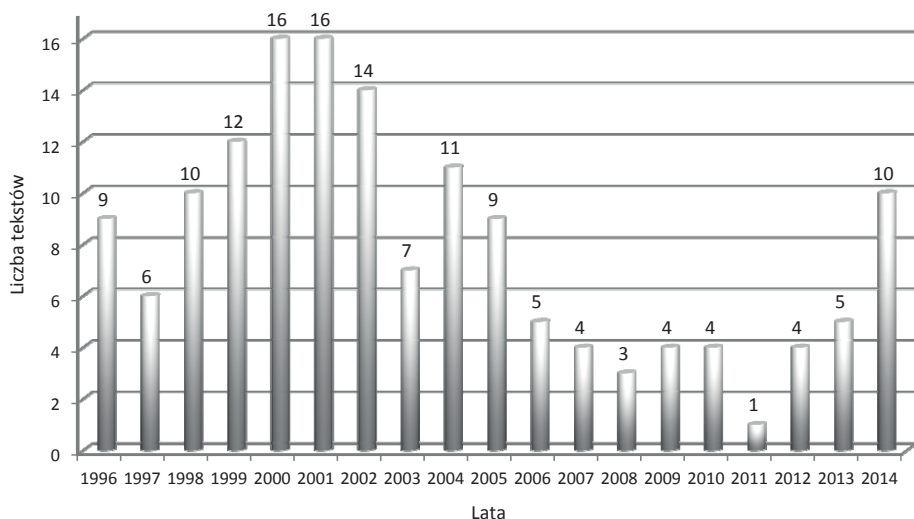
* Dr hab., e-mail: mowors@uni.lodz.pl; Uniwersytet Łódzki, Wydział Filologiczny, Katedra Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej; 90-236 Łódź, ul. Pomorska 171/173.

¹ Zob. np. A. Wittenberg, *Andrzej Skworz. Redaktor naczelny „Press” sam siebie ogłosił moralnym liderem polskich mediów*, <http://natemat.pl/37461,andrzej-skworz-redaktor-naczelnego-press-sam-siebie-oglosil-moralnym-liderem-polskich-mediow> [dostęp: 31.03.2015].

² *Litania zarzutów*, „Press” 2011, nr 2, s. 4 (wypowiedź J. Żakowskiego pt. *Laury mają kolce*).

Po trzecie, „Press” jest również lekturą obowiązkową dla adeptów zawodu dziennikarza, co sprawia, że teksty warsztatowe powinny służyć profesjonalizacji i upowszechnianiu dobrych praktyk, niejednokrotnie zaś mogą stać się źródłem pierwszych wyobrażeń na temat realiów zawodu.

Po czwarte, zastanawiająca jest nieregularność ukazywania się omawianych publikacji. Ogólnie w latach obecności miesięcznika na rynku (do grudnia 2014 r.) pojawiło się 225 wydań (227 numerów), w których zamieszczono 150 tekstów zidentyfikowanych jako warsztatowe z zakresu dziennikarstwa. Największą częstotliwością publikacji wyróżniają się roczniki 2000 i 2001 (po 16 w roczniku), najmniejszą zaś 2011 (1 w roczniku). Widoczna jest zatem tendencja spadkowa liczby publikacji, która w ostatnich latach zdaje się odwracać. Nie można jednak – jak dotąd – stwierdzić, czy wpływ na to ma fakt istotnej zmiany warunków wykonywania zawodu, gdyż najnowsze teksty warsztatowe nie dotyczą nowych zjawisk w dziennikarstwie.



Wyk. 1. Liczba publikacji warsztatowych w „Press” w latach 1996–2014

Źródło: oprac. własne

Po piąte, właściwa identyfikacja publikacji nie zawsze jest prosta. Kwalifikując materiał do analizy, kierowano się nazwą sekcji umieszczonej u góry kolumny (niekoniecznie obecną w spisie treści numeru) oraz ogólną zawartością publikacji³. Odrzucone zostały jednak teksty będące zbiorem wypowiedzi kilku osób,

³ Do tej grupy zaliczono także teksty sygnowane nazwiskiem autora, ale którym ostateczny kształt nadał dziennikarz „Press” (opatrzone dopiskiem „wysłuchał XX”) oraz nieliczne publikacje nieopatrzone winietą „Warsztat” lub „Media – warsztat”.

instrukcje dotyczące warsztatu dziennikarskiego powstałe na potrzeby konkretnych redakcji⁴ lub charakteryzujące kulisy powstawania wybranych programów⁵, wywiady oraz tłumaczenia tekstów autorów zagranicznych.

Zasadniczym celem omawianych publikacji jest zaprezentowanie specyfiki szeroko rozumianej pracy dziennikarzy (także wydawców, redaktorów, researcherów, fotografów, operatorów itd.) w jej aspekcie praktycznym. Pozwalają one pracownikom mediów poznać doświadczenia zawodowe kolegów, zazwyczaj osób znanych i cenionych w środowisku, a zarazem służą adeptom zawodu, przekazując im wiedzę o regułach, trudnościach oraz dylematach, jakie mogą napotkać w pracy dziennikarskiej. Publikacje te pozostają również tekstami prasowymi, od których czytelnik może oczekiwać interesującej lektury, walorów poznawczych i opiniotwórczych, a także spójnej, logicznej konstrukcji charakterystycznej dla większości tekstów publicystycznych.

W dalszej analizie publikacje „Press” scharakteryzowane zostaną z punktu widzenia obecnych w nich przejawów działań perswazyjnych ukierunkowanych dydaktycznie i w pewnym stopniu normotwórczo. Na autorów tekstów warsztatowych zostaje bowiem przez redakcję nałożony obowiązek takiego ukształtowania wypowiedzi, by adeptom zawodu nie tylko ułatwić wyobrażenie sobie profesjonalnych zachowań, ale również wytłumaczyć ich znaczenie dla procesu tworzenia przekazów medialnych. Sygnałem takiego autorskiego działania mogą być zawarte w tekstach odwołania do wartości pełniących w danym środowisku funkcję motywacyjną, integrującą, normalizującą i tożsamościotwórczą⁶. Należy zastanowić się, na ile sygnały te są czytelne i jednoznaczne oraz jak wykorzystywane są w perswazji. Czytelnikom znającym już praktykę dziennikarską autorzy powinni natomiast umożliwić doskonalenie warsztatu, podpowiadając rozwiązania sprawdzone, choć niekoniecznie usankcjonowane formalnie. W tym przypadku szczególną rolę odgrywa status autorytetu, który przypisany zostaje autorowi za pośrednictwem faktografii (znane w branży nazwisko, biogram towarzyszący publikacji). Warto jednak podjąć próbę ustalenia, w jaki sposób świadoma gra rolę eksperta może wspomagać osiągnięcie perswazyjnych celów tekstu.

Zastrzegając niezbędne uproszczenie i arbitralność klasyfikacji, na podstawie analizy porównawczej wyodrębniono trzy główne typy publikacji warsztatowych

⁴ Np. G. Lindenberg, *Testament prezesa, czyli jak pisać w „Super Expressie”*, „Press” 1996, nr 3, s. 15–17.

⁵ Np. R. Czejarek, *Czas na Lato*, „Press” 2004, nr 7, s. 40–42.

⁶ O funkcji wartości w kontekście władzy społecznej zob. L. Jazownik, *Spółeczny sens oraz społeczne funkcjonowanie wartości, aksjologii i edukacji aksjologicznej. Analiza metadykursywna i jej edukacyjne implikacje*, [w:] *Czytanie tekstów kultury. Metodologia – badania – metodyka*, red. B. Myrdzik, I. Morawska, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2007, s. 25–35. Więcej na temat kategorii wartości zob. J. Puzynina, *Język wartości*, PWN, Warszawa 1992.

obecnych na łamach „Press” w badanym okresie. Są to: 1) teksty utrzymane w wyraźnej poetyce instrukcji – uporządkowane, precyzyjne i „bezosobowe”; 2) teksty bliskie konwencji artykułu informacyjnego⁷ – zwykle wieloaspektowe, szczegółowe, zachowujące perspektywę wielu punktów widzenia; 3) publikacje autorskie – oparte na zaleceniach i wskazówkach, prezentujące warunki, sposoby działania, wzorce i błędy, jednak mniej lub bardziej wyraźnie eksponujące osobę autora: zachowujące indywidualny styl wypowiedzi, skupione wokół autorskich refleksji i wspomnień.

Należy zauważyć, że omówione w dalszej części artykułu cechy perswazyjne, współidentyfikujące poszczególne typy, nie mają charakteru wyróżników, lecz są zauważalne w każdym z nich w różnym zakresie.

Instrukcje

Są rzadko spotykane i łatwe w identyfikacji ze względu na uporządkowaną budowę, spójną strukturę treściową, dyrektywny styl wypowiedzi oraz precyzyjną, nierzadko specjalistyczną leksykę, np. „1. Materiał nie powinien ani zaczynać się, ani kończyć ruchem kamery, np. panoramą, szwenkiem czy translokacją”⁸, „4. Termin zebrania danych w terenie [...]. Powinien on być tym dokładniejszy, im aktualniejszych spraw dotyczy sondaż. Zaleca się także odnosić termin badania do wydarzeń istotnych dla wyników”⁹.

Charakteryzując tę grupę publikacji bezosobowość wypowiedzi oraz akcentowanie potencjalnych błędów i pułapek odpowiadają w dydaktyce tzw. kierowniczemu (autokratycznemu) stylowi nauczania¹⁰, zaś w dziedzinie poradnictwa – poradnictwu dyrektywnemu¹¹. W obu przypadkach uczący się / radzący się jest traktowany instrumentalnie – staje się przedmiotem zabiegów, których nadrzędnym celem jest doprowadzenie do przyswojenia wiedzy, a także wykształcenia określonych kompetencji na drodze zastosowania się do sprawdzonych wskazó-

⁷ Zob. M. Koźdoń-Dębecka, *Informacja*, [w:] M. Koźdoń-Dębecka i in., *Podstawy warsztatu dziennikarskiego*, Wydawnictwo Skorpion, Warszawa 2012, s. 23–24.

⁸ R. Bugajski, *Podręczna instrukcja realizacji materiałów agencyjnych dla telewizji*, „Press” 1998, nr 8, s. 35.

⁹ A. Sułek, *Przepis na notę*, „Press” 1998, nr 10, s. 58.

¹⁰ Zob. więcej: G.D. Fenstermacher, J.F. Soltis, *Style nauczania*, tłum. K. Kruszewski, WSiP, Warszawa 2000, s. 15.

¹¹ Por. A. Kargulowa, *O teorii i praktyce poradnictwa. Odmiany poradniczego dyskursu*, PWN, Warszawa 2007, s. 71–74. W kontekście publikacji prasowych należy mówić o poradnictwie zapośredniczonym, tj. uprawianym przy zastosowaniu różnych środków masowej komunikacji i kierowanym do odbiorcy masowego lub do określonej grupy odbiorców (zob. D. Zielińska-Pękał, *O poradnictwie zapośredniczonym*, [w:] *Edukacja, wychowanie, poradnictwo w kulturze popularnej*, red. E. Kondracka, A. Łysak, b.w., Wrocław 2009, s. 88–89).

wek oraz korzystania z gotowych rozwiązań. Skuteczne przekonywanie w takim przypadku uwarunkowane jest przede wszystkim postawą nauczyciela / doradcy:

[...] doradca przekonuje do własnego sposobu myślenia. Aby rzeczywiście przekonać, powinien być osobą godną zaufania i kompetentną. Skuteczność przekonywania wzrasta także wtedy, gdy klient jest przekonany, że doradca nie ma żadnego interesu w tym, jakiego dokona wyboru lub, gdy na tym wyborze straci. Jeśli doradca nie jest lubiany lub nie jest uznany za kompetentnego, to pojawi się opór klienta¹².

W badanej grupie tekstów warsztatowych perswazja opiera się na sile autorytetu autora-specjalisty oraz uporządkowaniu toku wywodu, który nie pozostawia miejsca na niejasności i niedopowiedzenia ani na wątpliwości uczącego się. Autorzy nie próbują aktywizować czytelnika do samodzielnego osądzania czy inspirować krytycznego myślenia, gdyż instruktaż wymaga formułowania prostych, jednoznacznych dyspozycji składających się na ściśle określoną procedurę. Taki typ komunikowania może odpowiadać czytelnikom niezorientowanym w omawianym temacie, niezdolnym do stawiania szczegółowych pytań lub dostrzegania fałszujących uproszczeń, lub tym, którzy poszukują wytycznych dla zachowań w konkretnych sytuacjach zawodowych.

Ważną rolę w instrukcjach odgrywa również klarowne objaśnianie konsekwencji nieprzestrzeżenia zaleceń, wskazujące na utylitarną perspektywę wartościowania opisywanych działań. Autorzy narzucają ją czytelnikowi jako właściwą i dla uczących się zawodu najlepszą, gdyż świadomość możliwych błędów stanowi fundament dalszych etapów profesjonalizacji oraz samokształcenia.

Strategia perswazyjna w tej grupie tekstów oparta jest na pouczeniach, konstatacjach oraz prostych wnioskowaniach przyczynowo-skutkowych, które stawiają czytelnika w relacji wyraźnej podrzędności wobec „wszystkowiedzącego” autora. Specjalista na omawiane problemy patrzy z dystansu, koncentrując się na uniwersalnych regułach ich rozwiązania i rzadko ilustrując je przykładami z własnego doświadczenia. Oddziaływanie autorytetu ograniczone zostaje zatem do wymiaru eksperckiego, potwierdzonego faktem publikacji w branżowym miesięczniku, nie wynika natomiast z retorycznie modelowanego etosu autora.

Artykuły informacyjne

Podobnie jak instrukcje, artykuły informacyjne zawierają dużą liczbę szczegółowych danych, jednak przekazywanych w bardziej swobodnym stylu, bliższym opowieści z wieloma bohaterami. Ich najwyraźniejszą cechą jest częste

¹² A. Kanios, *Teoretyczne podstawy doradztwa zawodowego*, <http://www.psw.pl/download,bmV3c19maWxlcyNhOjE6e3M6NzoibmV3c19pZCI7aTo1MTAyO30jNjA4.html> [dostęp: 31.03.2015].

cytowanie. Mniej sformalizowana kompozycja pozwala autorowi na otwarcie tekstu np. krótką opowieścią ilustrującą ważny dla tematu szczegół, a następnie koncentrowanie się na wybranych aspektach i wspieranie spostrzeżeń opiniami i wskazówkami praktyków, np.:

Wymaga się od nich [researcherów – M.W.] przede wszystkim umiejętności zdobywania i weryfikowania informacji, choć zakres obowiązków jest dużo większy: znajdowanie osób, które mają się pojawić w materiale, nagrywanie ich wypowiedzi, przeglądanie i ściąganie zdjęć z archiwum, przygotowanie grafiki, opisanie przywiezionych ujęć i zmontowanie szkieletu materiału.

– Niby proste, ale to nie jest łatwa praca – przestrzega Grzegorz Jędrzejowski [...]. – Oprócz wiedzy trzeba mieć odpowiednie cechy charakteru: być dociekliwym, umieć rozmawiać z ludźmi, być zorientowanym, o co pytać, po to, by rozmówca nie zagiął cię nieprawdzą lub banalną odpowiedzią. Do tego dochodzi współpraca z reporterami, którzy potrafią być do bólu wymagający – mówi Jędrzejowski¹³.

Takie ujęcie buduje dystans wobec prezentowanego zagadnienia, które staje się obiektem analizy oraz podlega racjonalnej, wyważonej ocenie. Istotna pozostaje jednak właściwa kompozycja, która uszereguje pojawiające się wątki. Najczęściej autorzy kierują się zasadą stopniowania trudności, sygnalizując początek nowego zagadnienia nawiązaniem do poprzedniego i/lub pytaniem, np. „[Zamówiony u autora zewnętrznego – M.W.] Tekst przyszedł, ale mimo włożonej pracy, briefów, rozmów i podpowiedzi [redaktora – M.W.] nie jest taki, jaki być powinien. Co wtedy?”¹⁴.

Wiedza w publikacjach tego typu przekazywana jest zarówno wprost, w postaci rad oraz ostrzeżeń, jak i pośrednio – jako wnioski, które czytelnik samodzielnie wyprowadza z opisu konkretnej sytuacji, np.:

[...] zdarza się, iż renomowany autor przysyła tekst, który jest sporo za długi. – Gazeta nie jest z gumy, więc najpierw muszę ciosać siekierą, potem nożem, a na koniec obrobić pilnikiem. Wysyłam taki skrócony tekst autorowi i przez chwilę jestem szczęśliwy, że z 15 tysięcy znaków zrobiłem 8 tysięcy, zachowując sens, i to się ma szansę zmieścić w wydaniu – opowiada [Dariusz Ćwiklak – M.W.]. – Do chwili, aż otrzymam autoryzację...¹⁵

Artykuły informacyjne pozwalają na właściwe zrozumienie tematu. Autorzy podkreślają przede wszystkim metodologię działania, dokumentując ją przykładami, a także tworząc swoisty uniwersalny klucz zachowań w sytuacjach standardowych i wyjątkowych. Przekonująco oddziałują szeroka perspektywa widzenia warsztatu dziennikarza oraz retoryczny typ argumentacji oparty na toposie świadectwa – przekazywana czytelnikowi wiedza jest bogata, a informacje wiarygodne. Dzięki plastycznym opisom teksty przemawiają również do wyobraźni,

¹³ P. Zieliński, *Rysie na antenie*, „Press” 2012, nr 8, s. 44.

¹⁴ M. Ruszpel, *Obcy na pokładzie*, „Press” 2012, nr 5, s. 55.

¹⁵ Tamże, s. 54.

jednak brakuje w nich autorskiej emocjonalności, niezbędnej, by wywołać zaangażowanie w lekturę.

Inaczej niż w instrukcjach, w artykułach informacyjnych wartościowanie nie ma jedynie charakteru utylitarnego, lecz wskazuje także na istnienie więzi interpersonalnych oraz środowiskowych. Autorzy podkreślają zalety efektywnej współpracy oraz konstruktywnej krytyki, mobilizującą świadomość zbiorowego wysiłku, który jest źródłem osobistej satysfakcji i zadowolenia odbiorcy. Zaświadczony w tekstach etos dziennikarza nie odzwierciedla jednak jeszcze pełnego wzorca – ograniczony jest do postawy fachowca, który swoją pracę postrzega bardziej w kategoriach korporacyjnych niż społecznych.

Wydaje się również, że perswazja w tym typie publikacji może wywołać odmiennie skutki wśród już praktykujących dziennikarzy i wśród adeptów zawodu. Pierwsi mogą zainteresować się możliwościami wykorzystania umiejętności, którymi dysponują, lub wykształcenia nowych, zaś początkującym duża ilość przedstawionych wymagań i trudności może wydać się przytłaczająca. Jest to efekt wpływu własnych doświadczeń czytelnika (lub ich braku), który pozostaje całkowicie poza kontrolą autora.

Artykuły autorskie

Publikacje należące do tego typu tekstów warsztatowych łączy wyeksponowanie osoby autora, zazwyczaj powszechnie znanego przedstawiciela środowiska, różni jednak sposób konstruowania relacji autor – tekst. Wpisany w nią dylemat dobrze oddają wstępne uwagi Janiny Paradowskiej w artykule *Bywanie i notes*:

Trudne zadanie postawiła przede mną redakcja „Press”, zamawiając tekst o warsztacie dziennikarskim. Stanowi on bowiem zawsze sumę osobistych doświadczeń i przebytej dziennikarskiej drogi. Rodzą się więc wątpliwości, w jakim stopniu opis ten przyda się innym¹⁶.

Z punktu widzenia celu dydaktycznego trudność tę warto doprecyzować – po jaką formę przekazu powinien sięgnąć autor, by jego własny przykład zyskał bardziej uniwersalny wymiar, stał się użyteczny dla innych.

Wydaje się, że znalezienie optymalnego rozwiązania sprawia autorom kłopot, wyraźnie są bowiem skłonni do wyboru jednego z dwóch sposobów przekazywania doświadczeń: nawiązującego do konwencji poradnika lub do refleksyjnej opowieści bliskiej wyznaniu. Ich odmienność ujawnia stylistyka:

Znam tylko jedną, kompletnie banalną receptę na udaną rozmowę: dobre przygotowanie plus ciekawość drugiego człowieka. A potem jeszcze umiejętność słuchania i intuicja¹⁷.

¹⁶ J. Paradowska, *Bywanie i notes*, „Press” 1999, nr 6, s. 44.

¹⁷ B. Hollender, *Agenci wywiadu*, „Press” 2009, nr 2, s. 31.

Montaż to bolesna sztuka rezygowania. Kusi cię kreacja. Współczesne montaże komputerowe pozwalają na wszystko. Ale ty nie możesz sobie na wszystko pozwolić. Skrót myślowy, uogólnienie, rozbudowanie drobiazgu w wielką sprawę – tak, jeśli służy prawdzie, opisuje ją jakoś, bo rzadko bohater wyrecytuje gramatycznie to, co ma do przekazania. Ale ani kroku dalej. Fikcja kusi, lecz zawsze dyskwalifikuje. I autora, i dzieło¹⁸.

W przypadku poradnika najbardziej typowym rozwiązaniem jest zbudowanie tekstu wokół kilku kluczowych zasad warsztatowych, np.:

Przed wszystkim musi być historia. [...] fotoreportaż nie może być przegadany. [...] Umiejętność koncentrycznego myślenia fotoreportera polega na tym, że nie ma dygresji w bok. [...] fotoreportaż musi być zaplanowany. [...] zdjęcia muszą mieć zróżnicowane plany¹⁹.

Obecność we wstępie formuł skromnościowych²⁰ nie wyklucza posługiwania się stylem dyrektywnym, eksponującym autorytatywność za pośrednictwem rozkazników, ale także użycia form typu: *należy, trzeba, warto, można, dobrze jest* (coś zrobić) sugerujących autorską świadomość braku niepodważalnych recept na „bycie dobrym dziennikarzem”. Autor może zatem kreować się na eksperta o niepodważalnej wiedzy lub na doradcę, który proponuje możliwie skuteczne rozwiązania. Dystans między piszącym, dysponującym dużym doświadczeniem, a czytelnikiem-ucznem może się zatem zmieniać, nie sposób jednak jednoznacznie wskazać, od czego zależy ta zmiana. Prawdopodobnie jest efektem temperamentu pisarskiego.

Autorski charakter tekstu najwyraźniej ujawnia się natomiast w publikacjach, w których piszący bardziej niż swój warsztat odsłaniają siebie jako twórców, osoby prywatne i pasjonatów zawodu. Trafnie wyraża to podejście Paweł Smoleński, deklarując, że jego tekst nie jest zbiorem dobrych rad ani tajemnic warsztatu, lecz „[p]o prostu, tak zdarza mi się pracować [...]”²¹. Konwencja poradnika zastępowana jest w nich osobistą opowieścią, a najważniejszą rolę odgrywają pojedyncze zdarzenia, z perspektywy czasu oceniane jako szczególnie znaczące dla zawodowego doświadczenia, np.:

Kiedy czasem zapada milczenie, nie wpadam w popłoch, nie podsuwam usłudze nowego wątku. Milczenie kryje namysł bohatera. Opowieść księdza Adama Bonieckiego o aresztowaniu jego ojca – rankiem w sypialni, na oczach dzieci – i jego rozstrzelaniu przetykana była gęstą ciszą, której nie śmiałam przerwać. Po pauzie wynurzały się z niej bezcenne dla mnie szczegóły: znamię w kształcie litery „l” na różowym policzku Niemca, słowa pożegnania²².

¹⁸ J. Kryśowa, *Musi nie pasować*, „Press” 2004, nr 3, s. 56.

¹⁹ W. Druszcz, *Patrzeć fabularnie*, „Press” 2006, nr 9, s. 44–46.

²⁰ Więcej o ich funkcji dla pozyskania przychylności słuchacza (*captatio benevolentiae*) zob. E.R. Curtius, *Literatura europejska i łacińskie średniowiecze*, tłum. i oprac. A. Borowski, wyd. 2, Universitas, Kraków 1997, s. 86, 90–92.

²¹ P. Smoleński, *Musi Cię obchodzić*, „Press” 1996, nr 11, s. 45.

²² M. Grochowska, *Z buntu, gniewu i z lęku*, „Press” 2006, nr 3, s. 54.

Autorzy chętnie odwołują się do deklaracji, ujawniających ich styl pracy, zdarza się, że opisują swoje błędy, pomyłki i wątpliwości. Oddziaływanie dziennikarskiego wzorca w tym przypadku nie polega na podpowiadaniu konkretnych działań czy decyzji, lecz na odwołaniu się do wyobraźni i empatii. Przywołanie szczegółów sytuacji, które mogą być znane lub nawet bliskie czytelnikowi, oswaja go z tymi, które są nowe, a być może wzbudzają niepewność. Ten zabieg czyni wypowiedź przystępniejszą, sprzyja również zapamiętywaniu tego, co składa się na postawę dziennikarza rozumianą jako służba społeczeństwu i odkrywanie prawdy, a zatem przyswajaniu zawodowego etosu.

W tym kontekście warto również zwrócić uwagę na obecność w tekstach odwołań do kwestii etyki zawodowej. Jest ich niewiele i zazwyczaj ograniczają się do krótkich uwag na temat niezależności opinii, odpowiedzialności za słowo czy odporności na pokusy finansowe. Pojawiają się jednak również deklaracje o potrzebie stosowania podstępów w imię obrony interesu publicznego²³, twierdzenia, że dla wzbudzenia zaufania rozmówcy można udawać fałtąpę²⁴, a nawet iż należy przyjąć, że „[...] tak zwaną etykę dziennikarską wymyślono na zamówienie «Wiadomości» [...] w gronie zajadłych szalikowców możemy przyznać, że policja to kurwy [...], a skinom poskarżyć się na Żydów w rządzie”²⁵. Wątpliwości, jakie podobne twierdzenia mogą wzbudzić w czytelniku, pozostają w publikacjach bez komentarza.

Obie wspomniane konwencje – poradnika i wyznania – pozwalają autorom na sięganie po różnorodne środki perswazji. Zgodnie z retoryczną tradycją starannego przemyslenia wymagają zarówno początek, jak i zakończenie tekstu – pojawiają się w tych miejscach uwagi osobiste, paradoksy, zaskakujące twierdzenia czy żarty, np.: „Podobno kiedy się wybiera zawód, najlepiej zdecydować się na coś, na co w życiu prywatnym wydaje się najwięcej pieniędzy. Tak się stało w moim przypadku, choć całkiem przypadkowo”²⁶; „Jeśli potraktujesz powyższe wskazówki serio... ciekaw jestem, co z ciebie wyrośnie”²⁷. W publikacjach nie brakuje również wyliczeń, pytań (najczęściej z odpowiedziami), przykładów (także negatywnych), „złoty myśli”, porównań, leksyki wartościującej oraz potocznej; mniej jest natomiast cytatów i opisów hipotetycznych sytuacji, a także stylistyki refleksji:

Krótką formą ma to do siebie, że nie można się zabezpieczać. Zawsze łatwiej tu o wpadkę. Łatwiej skrzywdzić, łatwiej być niesprawiedliwym, łatwiej o nieporozumienia. O ileż prościej pisze się długie teksty, wymieniając wszystkie za i przeciw, pałac Panu Bogu świeczkę i diabłu ogarek.

²³ Zob. J. Jachowicz, *Sztuka podstępu*, „Press” 1998, nr 6, s. 28.

²⁴ Zob. G. Brzozowicz, *Sposób na artystę*, „Press” 1999, nr 3, s. 36.

²⁵ T. Lipko, *Palce między drzwiami*, „Press” 1999, nr 12, s. 36.

²⁶ J. Bojańczyk, *Oswoić modę*, „Press” 2005, nr 3, s. 56.

²⁷ T. Skory, *Radioaktywność w Sejmie*, „Press” 1999, nr 5, s. 43.

Wszystko do dotyczy również felietonu, i myślę, że dowiadywałam się tego, czytając setki książek i streszczając, streszczając, streszczając (się)²⁸.

Z punktu widzenia perswazji oraz wartości dydaktycznej omawianych publikacji ważne jest formułowanie ogólników dotyczących zawodu, a nawet posługiwanie się truizmami. Ich zasadniczą wadą jest niejednoznaczność oraz w wielu przypadkach brak możliwości praktycznego zastosowania w konkretnej sytuacji, np. „Zadaniem dziennikarza radiowego jest znaleźć sedno sprawy i przedstawić je w artystycznej i ciekawej dźwiękowo formie”²⁹; „[...] reguła pierwszego zdania, które może być lidem. Musi zdziwić, zafrapować, intrygować, a najlepiej, gdy walnie w łeb”³⁰. Wydaje się jednak, że służą one utrwalaniu stereotypowych prawd na temat dziennikarstwa oraz wymagań stawianych dziennikarzom. Niekiedy mogą być również podyktowane niemożnością ujęcia pewnej wiedzy w inny sposób: „Bez konfliktu felieton [polityczny – M.W.] nie istnieje. [...] autotematyzm to zhora felietonu”³¹.

Podsumowanie

Analizując teksty warsztatowe zamieszczane w „Press” w ciągu 18 lat, można dostrzec kilka słabo zarysowujących się tendencji. Pierwsza związana jest ze wspomnianym spadkiem liczby publikacji. W pierwszych latach na łamach miesięcznika stosunkowo często swoimi doświadczeniami dzielili się znani i poważani dziennikarze. Starali się jednak przede wszystkim formułować rady ogólne, podpowiadać rozwiązania oraz ostrzegać przed błędami, rzadziej natomiast odwoływali się do incydentalnych zdarzeń. W późniejszym okresie znane nazwiska pojawiały się rzadziej, ale autorzy chętniej sięgali po oryginalne przykłady z własnej pracy lub snuli swobodne refleksje. Podobnie dość szybko wyczerpało się zapotrzebowanie na wskazówki warsztatowe odnoszące się do uprawiania konkretnych gatunków dziennikarskich, jak reportaż, wywiad czy komentarz. Wydaje się, że z biegiem czasu zmieniło się również podejście do problemów warsztatowych – piszący unikali formułowania porad znanych nawet adeptom zawodu, lecz częściej zwracali uwagę na kwestie niedające się ująć w formalne reguły, jak odczuwanie pasji, zaufanie do własnej intuicji, satysfakcja z odniesionego sukcesu.

Analiza treści i obserwacja zmian, jakie zachodziły na łamach „Press” w wybranej grupie publikacji skłania do wniosku, że autorzy z powagą traktowali zada-

²⁸ K. Dunin, *Maszynka sensów*, „Press” 2003, nr 9, s. 39.

²⁹ M. Marks, *Ważny jest nastrój*, „Press” 1998, nr 3, s. 21.

³⁰ W. Giełżyński, *Jak układać reportaże, czyli 21 przykazań niezobowiązujących*, „Press” 1996, nr 4, s. 26.

³¹ M. Beylin, *Instrukcja wiązania krawata*, „Press” 2001, nr 5, s. 48.

nie postawione przez redakcję. Pierwszoplanowy cel, jakim było uświadamianie adeptów zawodu i dzielenie się wiedzą, skłonił ich do dbałości przede wszystkim o pogładowość oraz praktyczny wymiar przekazywanej wiedzy. Szczegółowe opisy, a także objaśnienia przybliżyły specyfikę pracy dziennikarzy. Piszący nie tylko stopniowo odchodzili od bezrefleksyjnego wskazywania właściwych rozwiązań na rzecz zachęcania czytelników do sprawdzania różnorodnych możliwości, ale także ilustrowali swoje propozycje przykładami z własnego doświadczenia. Za istotną zaletę takiego podejścia należy również uznać wspomnianie o własnych błędach czy trudnych początkach, gdyż uświadamiają one, że biegłość zawodowa ma źródło również w niepowodzeniach, i przybliżają „mistrza” do uczniów.

Wyłaniające się z poszczególnych tekstów wzorce postępowania wymagają jednak od czytelnika umiejętności syntezy kolejno prezentowanych składników. Adeptom zawodu może to sprawiać pewną trudność, szczególnie gdy w prezentowanym modelu zabraknie któregoś z elementów. Najbardziej sprzyja temu oryginalna konstrukcja publikacji oraz refleksyjno-wspomnieniowe ujęcie tematu.

Świadomość warsztatowego charakteru tekstów skłania doświadczonych dziennikarzy do przystępnego objaśniania tajników zawodu – opisywania konkretnych zdarzeń, porównywania, formułowania zwięzłych rad czy ostrzeżeń. Temu wymaganiu podporządkowują zazwyczaj także język wypowiedzi, dzięki czemu nawet oficjalny i szablonowy styl instrukcji nie utrudnia rozumienia treści.

Chociaż brakuje formalnych i przekonujących dowodów na to, że teksty warsztatowe w „Press” przyczyniają się do podnoszenia poziomu wiedzy oraz umiejętności dziennikarzy, moim zdaniem można je uznać za wartościowe i przydatne. Ich autorzy, w różny sposób realizując postawione przed nimi zadanie dydaktyczne, konsekwentnie starali się uczynić je użytecznymi, a co najmniej interesującymi dla czytelników. Stworzyli zatem dobre podstawy do tego, by zachęcić innych do sprawdzenia własnych możliwości w pracy dziennikarskiej.

Bibliografia

- Beylin M., *Instrukcja wiązania krawata*, „Press” 2001, nr 5, s. 48.
Bojańczyk J., *Oswoić modę*, „Press” 2005, nr 3, s. 56–57.
Brzozowicz G., *Sposób na artystę*, „Press” 1999, nr 3, s. 36.
Bugajski R., *Podręczna instrukcja realizacji materiałów agencyjnych dla telewizji*, „Press” 1998, nr 8, s. 35.
Curtius E.R., *Literatura europejska i łacińskie średniowiecze*, tłum. i oprac. A. Borowski, wyd. 2, Universitas, Kraków 1997.
Czejarek R., *Czas na Lato*, „Press” 2004, nr 7, s. 40–42.
Druszcz W., *Patrzeć fabularnie*, „Press” 2006, nr 9, s. 44–46.
Dunin K., *Maszynka sensów*, „Press” 2003, nr 9, s. 39–40.
Fenstermacher G.D., Soltis J.F., *Style nauczania*, tłum. K. Kruszewski, WSiP, Warszawa 2000.
Giełżyński W., *Jak układać reportaże, czyli 21 przykazań niezobowiązujących*, „Press” 1996, nr 4, s. 26–28.

- Grochowska M., *Z buntu, gniewu i z lęku*, „Press” 2006, nr 3, s. 53–55.
- Hollender B., *Agenci wywiadu*, „Press” 2009, nr 2, s. 31–33.
- Jachowicz J., *Sztuka podstęp*, „Press” 1998, nr 6, s. 28–30.
- Jazownik L., *Spoleczny sens oraz społeczne funkcjonowanie wartości, aksjologii i edukacji aksjologicznej. Analiza metadyskursywna i jej edukacyjne implikacje*, [w:] *Czytanie tekstów kultury. Metodologia – badania – metodyka*, red. B. Myrdzik, I. Morawska, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2007, s. 25–35.
- Kanios A., *Teoretyczne podstawy doradztwa zawodowego*, <http://www.pwsw.pl/download,bmV3c19maWxlcYnhOjE6e3M6NzoibmV3c19pZCI7aTo1MTAyO30jNjA4.html> [dostęp: 31.03.2015].
- Kargulowa A., *O teorii i praktyce poradnictwa. Odmiany poradniczego dyskursu*, PWN, Warszawa 2007.
- Koźdoń-Dębecka M., *Informacja*, [w:] M. Koźdoń-Dębecka i in., *Podstawy warsztatu dziennikarskiego*, Wydawnictwo Skorpion, Warszawa 2012.
- Krysowata J., *Musi nie pasować*, „Press” 2004, nr 3, s. 56–57.
- Lindenberg G., *Testament prezesa, czyli jak pisać w „Super Expressie”*, „Press” 1996, nr 3, s. 15–17.
- Lipko T., *Palce między drzwiami*, „Press” 1999, nr 12, s. 36–37.
- Litania zarzutów*, „Press” 2011, nr 2, s. 3–4.
- Marks M., *Ważny jest nastrój*, „Press” 1998, nr 3, s. 21–22.
- Paradowska J., *Bywanie i notes*, „Press” 1999, nr 6, s. 44.
- Puzynina J., *Język wartości*, PWN, Warszawa 1992.
- Ruszpel M., *Obcy na pokładzie*, „Press” 2012, nr 5, s. 55.
- Skory T., *Radioaktywność w Sejmie*, „Press” 1999, nr 5, s. 42–43.
- Smoleński P., *Musi Cię obchodzić*, „Press” 1996, nr 11, s. 44–45.
- Sulek A., *Przepis na notę*, „Press” 1998, nr 10, s. 58.
- Wittenberg A., *Andrzej Skworz. Redaktor naczelny „Press” sam siebie ogłosił moralnym liderem polskich mediów*, <http://natemat.pl/37461,andrzej-skworz-redaktor-naczelnego-press-sam-siebie-oglosil-moralnym-liderem-polskich-mediow> [dostęp: 31.03.2015].
- Zielińska-Pękał D., *O poradnictwie zapośredniczonym*, [w:] *Edukacja, wychowanie, poradnictwo w kulturze popularnej*, red. E. Kondracka, A. Łysak, b.w., Wrocław 2009.
- Zieliński P., *Rysie na antenie*, „Press” 2012, nr 8, s. 44.

Monika Worsowicz

**Journalistic Craft in a Persuasive Manner (based on a publication in a column entitled
“Media – Good Practice” in the month periodical *Press*)**

(Summary)

The article is dedicated to aspects of a journalist’s work published between 1996–2014 in the professional monthly magazine *Press*, aimed at people interested in media, advertisement and public relations. These statements help other media professionals become familiar with the work experience of their colleagues, as well as help acquaint new entrants to the profession with the rules, difficulties and dilemmas associated with this work. The author classifies and defines three types of published texts: those written in an instructional form, those which approach the conventions of an informative article, and finally, copyright protected publications. An analysis of these texts leads to a conclusion that the primary aims of the publication have led its authors to focus attention

on perceptions and the practical dimensions of the knowledge being shared. They use detailed descriptions, and have gradually abandoned ready solutions, encouraging readers instead to consider a range of possibilities; they also illustrate their suggestions with examples from personal experience. They do not fail to provide enlightening recollections of their own mistakes or detail the difficult beginnings of their own careers. The role models presented demand from the reader an ability to synthesize various elements. The original structure of the publication as well as its thoughtful and recollection-driven approach to the subject helps to achieve this. An awareness of the technical nature of texts urges experienced journalists to explain in plain terms the ins and outs of the profession by presenting specific events, making comparisons, and offering brief advice or warnings. This also relates to the language of expression they use, which makes even the official and hackneyed style of instructional discourse easy to understand.

Key words: *Press* magazine, journalism workshop, journalist.